

PMI™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei

Output naik di tengah-tengah perolehan bisnis baru

Poin-poin pokok:

- Kenaikan marginal pada jumlah pesanan mendukung pertumbuhan produksi...
- ...akan tetapi ketenagakerjaan dan tingkat pembelian kembali menurun
- Tingkat inflasi biaya berada pada posisi tinggi ke-14 bulan

Data dikumpulkan pada 11-23 Januari

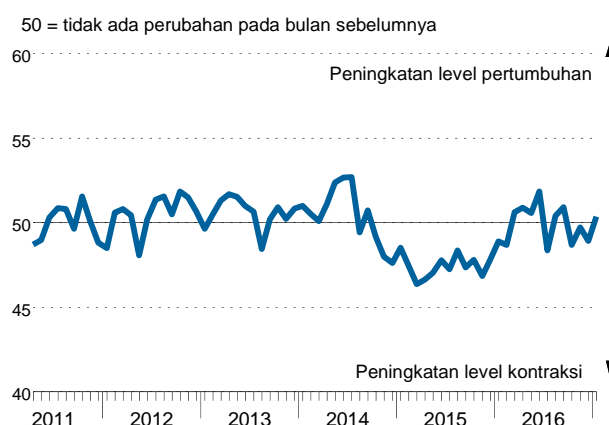
Kesehatan industri manufaktur Indonesia membaik pada bulan Januari yang disebabkan oleh kenaikan pada pekerjaan baru yang masuk yang mendorong perusahaan untuk menaikkan output mereka. Akan tetapi, kenaikan biaya yang kuat membatasi aktivitas pembelian perusahaan, sementara pelepasan kerja terus terjadi. Data juga menyoroti kapasitas cadangan berkelanjutan pada sektor tersebut karena penumpukan kerja menurun selama tiga bulan berturut-turut. Kabar baiknya, kepercayaan diri berbisnis berkaitan dengan perkiraan produksi 12 bulan mendatang naik.

Tercatat di atas titik krusial 50,0 untuk pertama kalinya dalam empat bulan, headline *Purchasing Managers' Index™ (PMI™)* Indonesia dari Nikkei – sebuah indikator komposit tunggal untuk kinerja manufaktur – secara umum mengarah pada perbaikan pada kondisi operasional di segala sektor. PMI naik dari 49,0 pada bulan Desember 2016 ke posisi 50,4 pada bulan Januari.

Mendukung pergerakan naik pada indeks headline adalah kenaikan pada permintaan baru dan output, keduanya mengalami ekspansi untuk pertama kalinya dalam empat bulan. Menurut partisipan survei, kenaikan pada jumlah pesanan berkaitan dengan kegiatan pemasaran yang semakin membaik dan kepercayaan diri klien yang juga meningkat. Data menunjukkan bahwa kenaikan berpusat pada pasar domestik dikarenakan permintaan ekspor menurun selama empat bulan berturut-turut, dan perusahaan menyatakan bahwa penurunan pada tekanan kompetitif dan berkurangnya permintaan dari klien internasional sebagai penyebabnya.

Belum ada gambaran yang jelas mengenai tingkat stok karena kepemilikan barang jadi secara umum tidak berubah dan inventaris praproduksi menurun. Ketika stok barang jadi naik, panelis menanggapi tentang penjualan yang lebih rendah daripada yang diharapkan. Perusahaan mencatat penurunan yang

PMI™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei



Sumber: Nikkei, IHS Markit

menunjukkan bahwa pesanan dipenuhi secara langsung dari inventaris yang ada. Secara bersamaan, penurunan pada stok pembelian merupakan penyebab dari pembelian input yang lebih rendah.

Benar sekali bahwa kuantitas pembelian menurun selama dua bulan berjalan, dengan tingkat penurunan sesuai dengan laju marginal yang terlihat pada bulan Desember. Dalam berbagai kasus, anggota survei menunjukkan bahwa pembelian input telah ditunda dikarenakan kenaikan biaya yang tajam.

Di tengah-tengah laporan kenaikan harga pada bahan bakar, kertas, bahan kimia, tekstil, logam, dan plastik, biaya input rata-rata naik selama bulan Januari. Terlebih lagi, tingkat inflasi tergolong tajam dan merupakan yang paling besar sejak bulan November 2015. Beberapa perusahaan membebaskan sebagian beban biaya kepada klien mereka, sebagaimana disoroti oleh kenaikan lebih jauh pada harga output. Meskipun secara umum tergolong sedang, tingkat inflasi biaya berada pada posisi tinggi 11 bulan.

Sejalan dengan kemajuan teknologi di beberapa pabrik, ketenagakerjaan menurun pada bulan Januari. Tingkat penurunan tergolong kecil, tetapi merupakan yang tercepat dalam periode empat bulan PHK. Faktor lain yang menyebabkan pelepasan kerja adalah kapasitas cadangan. Akibatnya, tingkat bisnis yang tak terselesaikan menurun selama 32 bulan berturut-turut.

Berlanjut...

Sentimen pelaku manufaktur naik pada bulan Januari, dengan hampir 82% partisipan memperkirakan output lebih tinggi di tahun mendatang. Peluncuran produk baru, rencana ekspansi bisnis dan kampanye pemasaran yang lebih baik merupakan di antara beberapa alasan yang meningkatkan optimisme.

Tanggapan:

Menanggapi data survei PMI Manufaktur Indonesia, **Pollyanna De Lima**, Ekonom IHS Markit, sebagai penyusun survei, mengatakan:

“Titik balik tahun ini menyaksikan perbaikan kondisi bisnis di sektor manufaktur Indonesia yang kembali ke pertumbuhan pekerjaan baru yang mendorong perusahaan untuk menaikkan produksi mereka. Data PMI menunjukkan bahwa kenaikan didorong oleh sektor domestik sementara pesanan ekspor baru kembali menurun. Ke depannya, tren perdagangan masih tergolong menantang dikarenakan ketidakpastian yang terjadi pada perekonomian global. Sebaliknya, tindakan terbaru dari Bank Indonesia untuk menurunkan tingkat suku bunga nampaknya kembali memberikan semangat terhadap pengeluaran konsumen.”

- Akhir -

PMI™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei disponsori oleh **NIKKEI**

Nikkei adalah organisasi media dengan penerbitan surat kabar sebagai intinya. Surat kabar harian andalan kami, The Nikkei, memiliki sekitar tiga juta pelanggan. Distribusi media multi-platform Nikkei juga termasuk online, penyiaran dan majalah.

The Nikkei akan memperingati ulang tahunnya yang ke 140 tahun depan ini. Sejak kami memulai di tahun 1876 sebagai Chugai Bukka Shimpo (Domestic and Foreign Prices News), kami telah menyajikan laporan yang berkualitas dengan mempertahankan keadilan dan ketidakberpihakan. Merek Nikkei telah identik dengan kepercayaan di negara asal dan di luar negeri.

Nikkei Inc. menawarkan berbagai platform media guna memenuhi berbagai macam kebutuhan pembaca kami. Dengan inti dari layanan-layanan tersebut adalah The Nikkei yang memiliki sirkulasi sekitar tiga juta. Penawaran yang lebih menarik adalah konten premium dan teknologi digital yang kuat. Jumlah pelanggan berbayar untuk Edisi Online Nikkei, yang diluncurkan pada tahun 2010, telah melebihi 400.000. Layanan online berbayar kami memiliki jumlah pembaca salah satu dari yang terbanyak di antara penerbit surat kabar dunia. Lima tahun setelah pembentukannya, edisi online ditetapkan untuk berevolusi dari sebuah media penyedia berita untuk pembaca menjadi sebuah alat yang membantu orang memajukan karir mereka.

Di tahun 2013, kami meluncurkan Nikkei Asian Review, sebuah layanan berita berbahasa Inggris yang tersedia secara online maupun dalam bentuk majalah cetak mingguan. Tahun berikutnya, kami membentuk Kantor Pusat Editorial untuk Asia di Bangkok untuk memperluas cakupan kami terhadap berita ekonomi Asia. Dan lagi, kami menggandakan jumlah reporter yang ditempatkan di Asia di luar Jepang. 2014 juga menjadi saksi peluncuran Nikkei Group Asia Pte., perusahaan baru di Singapura yang bertugas menyebarkan merek Nikkei di wilayah itu. Tujuan kami adalah untuk menjadikan Nikkei sebagai suara media terkemuka di Asia.

<http://www.nikkei.co.jp/nikkeiinfo/en/>

NIKKEI ASIAN REVIEW <http://asia.nikkei.com/>

MEMPERKENALKAN SATU-SATUNYA PUBLIKASI BISNIS YANG MENYAJIKAN WAWASAN TENTANG ASIA UNTUK ANDA, DARI DALAM ASIA KE LUAR ASIA

Dengan lebih banyak reporter dan kontributor di seluruh wilayah dibandingkan dengan publikasi bisnis lain, hanya Nikkei Asian Review dapat memberi Anda wawasan bisnis di Asia dari dalam Asia.

Terus ikuti perkembangan berita, analisis dan wawasan terkini dengan cara berlangganan dengan Nikkei Asian Review – tersedia dalam bentuk cetak, online, dan di perangkat seluler dan tablet Anda.



Asia 300:

Menyajikan liputan meluas lebih dari 300 perusahaan terkemuka di 11 negara dan wilayah di Asia. Nikkei Asian Review bertujuan untuk membangun pusat terbesar untuk berita korporat Asia melalui pelaporan yang disempurnakan didukung oleh basis data bisnis yang besar dan informasi keuangan perusahaan di wilayah tersebut.



JAPAN UPDATE:

Menjaga Anda tetap up-to-date dengan bisnis dan berita dari Jepang.



SUDUT PANDANG:

Membawa pandangan dari pikiran terkemuka di Asia dari seluruh dunia, termasuk kolom kami "Tea Leaves" (Daun Teh) ditulis oleh beberapa penulis terbaik kami.



POLITIK & EKONOMI:

Mengamati kebijakan fiskal dan moneter, masalah internasional dan banyak lagi.



PASAR:

Analisis mendalam tentang pasar, dengan berita industri terperinci agar Anda tetap dapat mengikuti perkembangan beberapa sektor paling cepat berkembang di wilayah tersebut.



Video:

Simak penjelasan artikel kami oleh analis, saksikan wawancara dengan eksekutif papan atas.



Print Edition:

Pengiriman mingguan konten terbaik dari Nikkei Asian Review ke rumah atau kantor Anda

Untuk keterangan lebih lanjut, hubungi:

IHS Markit (Tentang PMI dan tanggapan)

Pollyanna De Lima, Ekonom
Telepon +44 1491-461-075
Email pollyanna.delima@ihsmarkit.com

Jerrine Chia, Pemasaran dan Kuminikasi
Telepon +65 6922-4239
Email jerrine.chia@ihsmarkit.com

Bernard Aw, Ekonom
Telepon +65 6922-4226
Email bernard.aw@ihsmarkit.com

Nikkei inc. (Tentang Nikkei)

Ken Chiba, Deputi Manajer Umum, Kantor Hubungan Masyarakat
Atsushi Kubota, Manajer, Kantor Hubungan Masyarakat
Telepon 81-3-6256-7115
Email koho@nex.nikkei.co.jp

Catatan untuk para Editor:

*PMI*TM Manufaktur Indonesia dari Nikkei berdasarkan data yang dikompilasi dari respon bulanan terhadap kuesioner yang dikirimkan kepada eksekutif pembelian di lebih dari 300 perusahaan industri. Panel dikelompokkan secara geografis dan berdasarkan kelompok Klasifikasi Industri Standar (SIC), sesuai dengan kontribusi industri terhadap GDP Indonesia. Sektor manufaktur terbagi dalam 8 kategori utama: Logam Dasar, Kimia & Plastik, Listrik & Optik, Makanan & Minuman, Teknik Mesin, Tekstil & Busana, Kayu & Kertas, dan Transportasi.

Tanggapan survei mencerminkan perubahan, jika ada, bulan ini dibandingkan dengan bulan sebelumnya berdasarkan data yang dikumpulkan pertengahan bulan. Untuk masing-masing indikator 'Laporan' ini menunjukkan persentase penyampaian masing-masing tanggapan, perbedaan netto antara angka tanggapan yang lebih tinggi/baik serta tanggapan yang lebih rendah/buruk, dan indeks 'difusi'. Indeks ini adalah jumlah dari tanggapan positif ditambah setengah dari tanggapan 'sama' tersebut. Indeks difusi memiliki sifat indikator terdepan dan adalah ukuran rangkuman yang mudah, yang menampilkan arah perubahan yang berlaku. Data indeks di atas 50 mengindikasikan peningkatan menyeluruh pada variabel tersebut, sementara itu apabila di bawah 50 maka terjadi penurunan menyeluruh.

*PMI*TM Manufaktur Indonesia dari Nikkei adalah indeks komposit berdasarkan pada lima indeks terpisah dengan pertimbangan berikut ini diambil dari Chartered Institute of Purchasing & Supply survei ekonomi Inggris: Permintaan Baru – 0,3; Output – 0,25; Ketenagakerjaan – 0,2; Waktu Pengiriman dari Pemasok – 0,15; Stok Barang yang Dibeli – 0,1; dengan Indeks Waktu Pengiriman yang diibalik sehingga bergerak ke arah yang sebanding.

Markit tidak merevisi data survei yang melandasinya setelah publikasi pertama, tetapi faktor penyesuaian musiman mungkin direvisi dari waktu ke waktu sebagaimana mestinya yang akan berdampak pada rangkaian data yang disesuaikan secara musiman. Data historis terkait dengan angka fundamental (tidak disesuaikan), yang diterbitkan pertama kali dalam rangkaian disesuaikan secara musiman dan selanjutnya data direvisi disediakan untuk yang berlangganan dari Markit. Mohon hubungi economics@ihsmarkit.com.

Tentang IHS Markit (www.ihsmarkit.com)

IHS Markit (Nasdaq: INFO) adalah perusahaan terkemuka di dunia dalam bidang informasi kritis, analisa, dan keahlian untuk menempa solusi bagi industri besar dan pasar yang mengendalikan ekonomi di seluruh dunia. Perusahaan ini memberikan informasi terdepan, analisa, dan solusi bagi konsumen dalam bidang bisnis, keuangan dan pemerintahan, meningkatkan efisiensi operasional mereka dan menyediakan wawasan mendalam yang dapat menghasilkan keputusan yang berdasarkan pengetahuan luas dan mantap. IHS Markit memiliki lebih dari 50.000 pelanggan utama baik dari kalangan pengusaha maupun pemerintah, termasuk 85 persen peraih Fortune Global 500, dan merupakan institusi keuangan terkemuka dunia. Bermarkas di London, IHS Markit berkomitmen untuk pertumbuhan yang berkelanjutan dan menguntungkan.

IHS Markit adalah merek dagang terdaftar dari IHS Markit Ltd. Semua nama perusahaan dan produk lainnya mungkin merupakan merek dagang dari pemiliknya masing-masing © 2017 IHS Markit Ltd. Hak cipta dilindungi undang-undang.

Tentang PMI

Survei *Purchasing Managers' Index*TM (*PMI*TM) kini tersedia di lebih dari 30 negara dan juga wilayah utama termasuk Zona Eropa. Survei ini adalah survei bisnis paling diminati di dunia, dipilih oleh sejumlah bank sentral, pasar keuangan dan para pembuat keputusan bisnis dikarenakan kemampuan memberikan tren ekonomi terkini, akurat dan indikator unik perbulan yang khas. Untuk mempelajarinya lebih lanjut segera ke www.markit.com/product/pmi.

Hak kekayaan intelektual *PMI*TM Manufaktur Indonesia dari Nikkei yang disebutkan di sini dimiliki oleh atau dilisensikan kepada IHS Markit. Setiap penggunaan yang tidak sah, termasuk namun tidak terbatas pada penyalinan, pendistribusian, penyebaran secara luas, atau segala bentuk penampilan data tidak diizinkan tanpa persetujuan dari IHS Markit. IHS Markit tidak bertanggung jawab, atau berkewajiban berkaitan dengan isi atau informasi ("data") yang terdapat di dalamnya, terhadap setiap kesalahan, ketidakakuratan, kelalaian, atau keterlambatan pada data, atau setiap tindakan yang diambil yang bergantung padanya. Dalam keadaan apapun IHS Markit tidak bertanggung jawab terhadap kerusakan khusus, kerusakan insidental, atau kerusakan konsekuensial, akibat dari penggunaan data. *Purchasing Managers' Index*TM dan *PMI*TM adalah merek dagang terdaftar dari Markit Economics Limited atau dilisensikan kepada Markit Economics Limited. Nikkei menggunakan merek di atas di bawah lisensi. IHS Markit adalah merek dagang terdaftar dari IHS Markit Limited.

Jika Anda memilih untuk tidak menerima berita dari IHS Markit, silakan email joanna.vickers@ihsmarkit.com. Untuk membaca kebijakan privasi kami, klik [disini](#).